

## PERAN APLIKASI CANVA DALAM MENDUKUNG UMKM BERSAING DI ERA DIGITAL

Andi Indra Saputra Alamsyah

Program Studi Administrasi Perkantoran  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mulia, Balikpapan, Samarinda, Kalimantan Timur

[andiindra@universitasmulia.ac.id](mailto:andiindra@universitasmulia.ac.id)

**Received:** January 16, 2023. **Revised:** February 19, 2024. **Accepted:** March 6, 2024  
**Issue Period:** Vol.8 No.2 (2024), Pp 343-350

**Abstrak:** Penelitian ini menganalisis peran aplikasi Canva dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus terhadap dua pelaku UMKM di Kota Balikpapan, hasil penelitian menunjukkan dampak positif Canva pada kinerja pemasaran dan branding. Penggunaan Canva sebagai e-Katalog, peningkatan kesadaran dan penjualan online, serta peningkatan daya saing diakui sebagai hasil positif yang signifikan. Meskipun sebagian besar informan mengalami keberhasilan meningkatkan efektivitas desain, tantangan terkait pemahaman fitur-fitur kompleks dan niat beberapa informan untuk mengurangi atau menghentikan penggunaan Canva diidentifikasi. Evaluasi berkelanjutan dan perbaikan melibatkan pemantauan tren desain, adopsi fitur baru, penyesuaian strategi pemasaran, dan peningkatan kreativitas. Kesimpulannya, Canva memberikan dampak positif pada UMKM, memungkinkan mereka bersaing di ranah digital. Namun, perlu upaya terus-menerus dalam evaluasi, pengembangan, dan pelatihan untuk memaksimalkan manfaat potensial Canva bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM di dunia digital. Dengan memahami tantangan dan peluang yang muncul, UMKM dapat terus mengoptimalkan penggunaan Canva untuk meraih keberhasilan dan mampu bersaing di era digital yang terus berkembang.

**Kata kunci:** Aplikasi Canva, UMKM, Era Digital, Daya Saing

**Abstract:** This research analyzes the role of the Canva application in supporting Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era. Using a qualitative research method through a case study approach involving two MSME players in Balikpapan City, the results show the positive impact of Canva on marketing and branding performance. The use of Canva as an e-Catalog, increased awareness, online sales, and enhanced competitiveness are acknowledged as significant positive outcomes. Although most informants have succeeded in improving design effectiveness, challenges related to understanding complex features and the intention of some informants to reduce or discontinue the use of Canva are identified. Continuous evaluation and improvement involve monitoring design trends, adopting new features, adjusting marketing strategies, and enhancing creativity. In conclusion, Canva has a positive impact on MSMEs, enabling them to compete in the digital realm. However, continuous efforts in evaluation, development, and training are needed to maximize the potential benefits of Canva for the growth and development of MSMEs in the digital world. By understanding the challenges and



DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1448

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

*opportunities that arise, MSMEs can continue to optimize the use of Canva to achieve success and remain competitive in the ever-evolving digital era.*

**Keywords:** *Canva Application; MSMEs; Digital Era; Competitiveness*

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian, khususnya di era digital. Hal ini dikemukakan dalam penelitian Syukri & Sunrawali (2022) bahwa Kecanggihan teknologi menjadi salah satu peluang bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha di tengah persaingan tak terlihat yang ada di dunia digital. Kemajuan teknologi telah mengubah lanskap bisnis, mengharuskan UMKM beradaptasi dengan lingkungan digital baru agar tetap kompetitif. [1] Salah satu aspek penting dari adaptasi ini adalah pemanfaatan aplikasi yang dapat mendukung upaya penjualan dan pemasaran. Canva, alat desain grafis online, telah muncul sebagai aset berharga bagi UMKM dalam hal ini.

Peran Canva dalam memungkinkan UMKM bersaing di era digital memiliki banyak aspek. Canva menyediakan antarmuka yang ramah pengguna dan perpustakaan templat yang luas, memungkinkan desainer profesional dan non-desainer membuat visual yang menakjubkan dengan mudah. Hal ini sangat bermanfaat bagi UMKM, karena menghilangkan kebutuhan akan pelatihan desain yang ekstensif dan mengurangi ketergantungan pada sumber daya desain eksternal, sehingga menghemat waktu dan uang. [2]

Fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi aplikasi ini juga patut diperhatikan, karena menawarkan beragam pilihan desain yang cocok untuk berbagai kebutuhan pemasaran digital, termasuk postingan media sosial, infografis, presentasi, buletin email, dan iklan. [2] Hal ini memungkinkan UMKM membuat konten visual yang disesuaikan dan menarik untuk menjangkau audiens target mereka secara efektif di berbagai platform. Beberapa penelitian menyoroti dampak positif pelatihan aplikasi Canva terhadap keterampilan dan penjualan produk pemilik UMKM. [3] Kegiatan pelatihan yang dilakukan dengan menggunakan metode monologis dan dialogis terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan penjualan UMKM karena kemudahan penggunaan dan aksesibilitas aplikasi kepada seluruh individu. Dengan mendemokratisasi desain, Canva telah merevolusi pemasaran digital dengan memberdayakan pemasar untuk membuat grafik visual yang memukau tanpa pengetahuan desain yang luas, sehingga meningkatkan pengenalan merek dan keterlibatan dengan audiens target. [2]

Berbagai penelitian yang berkaitan, mengungkapkan UMKM melalui penggunaan aplikasi meningkatkan berbagai elemen peningkatan. Pengembangan usaha melalui pemasaran digital dengan menggunakan aplikasi Canva menghasilkan tumbuh dan berkembangnya kegiatan UMKM. [4] Alfandi et al., (2023) mengungkapkan penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan penjualan dan keterampilan memberikan efek positif kepada pemilik UMKM. [5] Dewi et al., (2023) menjelaskan Canva adalah alat yang efektif untuk membuat konten visual untuk pemasaran digital, yang dapat membantu bisnis bersaing di pasar digital. Dengan menggunakan Canva, UMKM dapat menghemat waktu dan uang, serta membuat konten visual yang disesuaikan dan menarik untuk menjangkau audiens target mereka secara efektif di berbagai platform [7].

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa Canva memainkan peran penting dalam memungkinkan UMKM bersaing di era digital dengan menyediakan platform yang mudah diakses, hemat biaya, dan serbaguna untuk membuat konten visual. Dampaknya terhadap peningkatan keterampilan dan penjualan UMKM telah terdokumentasi dengan baik, menjadikannya alat yang berharga bagi bisnis yang ingin berkembang dan berdaya saing di era digital. Penelitian ini diarahkan untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di Era Digital, membantu peneliti dan pembaca memahami relevansi serta signifikansi penelitian ini dalam konteks perkembangan bisnis UMKM di era digital yang terus berkembang.

## II. METODE DAN MATERI

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif dengan fokus pada deskripsi peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di era digital, jenis rancangan penelitian kualitatif yang cocok adalah Studi Kasus. Bentuk studi kasus dapat berupa deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, fakta, atau realita. [8] Penelitian ini dilaksanakan pada bulan



DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1448

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

September hingga Desember 2023. Tempat penelitian melibatkan dua UMKM yang menggunakan aplikasi Canva dalam usahanya di Kota Balikpapan.

Subjek Penelitian pada penelitian ini berjumlah dua informan yang menjadi subjek penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriterianya yaitu usia minimal 17 tahun, pendidikan minimal SMA, dan menggunakan aplikasi Canva dalam kegiatan pemasaran atau branding usahanya. Seleksi informan dilakukan melalui purposive sampling dengan *non-probability sampling*, memastikan bahwa informan dipilih berdasarkan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian.

Subjek penelitian diidentifikasi melalui riset pasar dan observasi awal terhadap UMKM di kedua kota. Pemilihan informan dilakukan dengan mendekati UMKM yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, dan kemudian dihubungi untuk memastikan partisipasinya dalam penelitian. Metode pengumpulan data melalui teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), dan dokumentasi dan gabungan keempatnya [9]. Prosedur Penelitian dengan wawancara semi terstruktur, wawancara dilakukan dengan pemilik atau pengelola UMKM untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang peran aplikasi Canva dalam strategi pemasaran dan branding mereka. Pertanyaan wawancara dirancang untuk menggali pengalaman, persepsi, dan manfaat penggunaan Canva. Selain wawancara peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan pemasaran dan branding yang melibatkan penggunaan Canva. Fokus observasi mencakup desain grafis, penggunaan template, dan respons pelanggan terhadap konten yang dibuat. Dalam penelitian kualitatif uji keabsahan data terdiri dari tiga yaitu uji kredibilitas data, uji *transferability*, uji *dependability*, dan uji *confirmability*. Pada penelitian ini uji kredibilitas data digunakan untuk menguji keabsahan data. Adapun uji kredibilitas data dalam triangulasi menurut Sidiq & Choiri (2019) yaitu triangulasi sumber, teknik, dan sumber.

Data kualitatif dianalisis melalui pendekatan deskriptif. Menurut Miles dan Huberman, aktifitas dalam analisis data meliputi pengumpulan data, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing* atau *verification*. [9] Temuan dari wawancara dan observasi akan diorganisir dan diinterpretasikan untuk mengungkap peran Canva dalam mendukung UMKM. Hasil penelitian akan dikaitkan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Pemaknaan data akan melibatkan analisis temuan kualitatif, mengidentifikasi pola atau tren yang muncul, dan menyusun kesimpulan yang relevan dengan peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di era digital.

### III. PEMBAHASAN DAN HASIL

#### 3.1. Penggunaan Aplikasi Canva

Dari hasil wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa mayoritas pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan penuh antusias mengadopsi serta mengintegrasikan aplikasi Canva dalam berbagai aktivitas bisnis mereka. Pengusaha UMKM secara aktif memanfaatkan Canva untuk memenuhi kebutuhan desain, termasuk pembuatan materi pemasaran, poster promosi, dan konten visual lainnya. Tingginya tingkat adopsi ini dapat diartikan bahwa Canva dianggap sebagai solusi yang sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan desain UMKM.

Pemilik UMKM melihat Canva bukan hanya sebagai alat desain biasa, tetapi juga sebagai sarana yang memudahkan mereka dalam menciptakan materi promosi yang menarik dan profesional. Dengan fitur-fitur yang ramah pengguna dan beragam templat yang tersedia, Canva memberikan kemudahan dalam proses desain tanpa memerlukan keahlian desain yang mendalam. Dengan demikian, Canva tidak hanya diadopsi sebagai alat, tetapi juga diintegrasikan secara aktif dalam strategi pemasaran dan branding UMKM, mencerminkan peran yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka di era digital.

Dari hasil tersebut, terlihat bahwa Canva memberikan dampak positif pada sebagian besar UMKM, membantu mereka untuk menciptakan materi pemasaran yang menarik dan kohesif. Ini tidak hanya memberikan identitas visual yang kuat tetapi juga memungkinkan mereka bersaing secara lebih efektif di ranah digital. Berikut ini adalah beberapa detail yang mendukung kemajuan tersebut:

#### *Pemanfaatan Canva sebagai e-Katalog*

Pemanfaatan Canva sebagai e-Katalog membuktikan menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam menciptakan katalog yang menarik dan informatif. Dengan berbagai fitur desain grafis yang mudah diakses, UMKM dapat menghadirkan produk mereka dalam format yang memikat konsumen. Astina (2022) mencatat bahwa penggunaan Canva untuk e-Katalog memberikan kemudahan berbelanja bagi konsumen dan secara



signifikan meningkatkan daya tarik produk. Canva membantu UMKM menciptakan e-Katalog yang menarik dan informatif, yang memudahkan konsumen dalam berbelanja dan meningkatkan daya tarik produk.

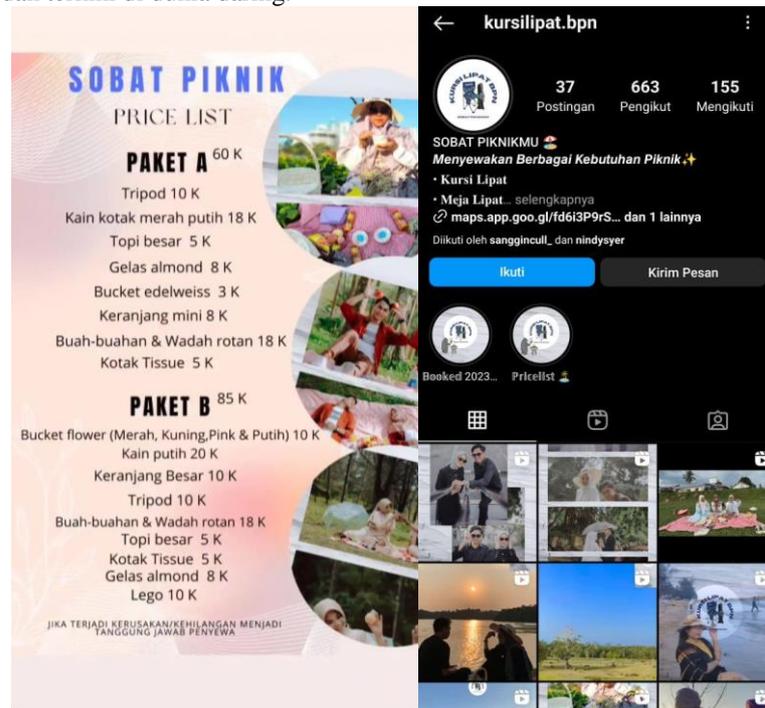


Gambar 1. E-Katalog UMKM Menggunakan Canva

### Meningkatkan kesadaran dan penjualan online

Penggunaan Canva membuka peluang bagi UMKM untuk melangkah ke platform digital, menciptakan kesempatan pertumbuhan penjualan yang signifikan [11]. Dengan adopsi teknologi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara efektif, menjangkau konsumen potensial yang lebih luas di ranah digital.

Salah satu aspek penting dari ekspansi ini adalah kemampuan Canva untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan tren desain terkini. UMKM dapat menggunakan berbagai fitur Canva, seperti templat responsif dan elemen desain yang fleksibel, untuk menciptakan materi pemasaran yang menonjol di berbagai platform digital. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga menciptakan keberadaan yang kuat dan terkini di dunia daring.



Gambar 2. Penjualan Online UMKM dengan Desain Canva

### Peningkatan daya saing: Melalui pemanfaatan teknologi Canva,

Pemanfaatan Canva oleh UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar digital yang semakin terhubung [12]. Dengan menciptakan desain visual menarik dan profesional, UMKM dapat menonjolkan kehadiran mereka, membedakan produk, dan meningkatkan daya tarik konsumen. Integrasi Canva dalam



strategi pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk efektif berinteraksi dengan audiens di berbagai platform online. Selain itu, Canva membantu dalam pembentukan identitas merek yang konsisten, memberikan kepercayaan, dan meningkatkan daya saing di pasar yang penuh variasi. Dengan demikian, Canva memberikan peluang bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing di lingkungan bisnis digital yang dinamis.

### 3.2. Efektivitas Desain Canva

Dalam mengevaluasi efektivitas desain Canva, sejumlah informan mengungkapkan kesuksesan mereka dalam meningkatkan daya tarik visual dari materi pemasaran. Beberapa di antaranya mencatat adanya peningkatan dalam interaksi pelanggan serta perhatian yang lebih besar dari audiens target. Meskipun demikian, beberapa tanggapan juga mencerminkan keinginan untuk memahami lebih baik cara menggunakan fitur-fitur lanjutan Canva guna meningkatkan efektivitas desain.

Tanggapan positif tersebut menunjukkan bahwa Canva efektif membantu UMKM dalam menciptakan materi pemasaran yang menarik dan berdaya tarik. Meski demikian, terdapat peluang untuk meningkatkan pemahaman tentang fitur-fitur lanjutan yang mungkin belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh beberapa pengguna. Upaya pelatihan dan pemahaman mendalam terhadap fitur-fitur tersebut dapat menjadi langkah selanjutnya dalam memaksimalkan potensi Canva untuk meningkatkan kreativitas dan efektivitas desain UMKM di era digital.

Meskipun keberhasilan sejumlah informan dalam meningkatkan efektivitas desain, ada dorongan untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang fitur-fitur yang ditawarkan oleh Canva. Hal ini dapat mencakup pemanfaatan alat-alat desain yang lebih kompleks, integrasi elemen-elemen desain yang lebih khusus, atau bahkan eksplorasi potensi kreatif yang lebih luas. Desain memiliki peran yang sangat penting dalam konteks penggunaan Canva. Desain yang dihasilkan dalam peningkatan daya saing UMKM sepenuhnya didasarkan pada selera dan preferensi masing-masing pemilik usaha.

Dalam konteks penggunaan Canva, beberapa fitur-fitur yang penting efektif dalam penggunaannya antara lain:

1. Template yang tersedia di Canva dapat membantu menciptakan desain yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. [13].
2. Penggunaan elemen-elemen desain seperti gambar, teks, dan latar belakang, yang dapat diikuti dan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM [14].
3. Penggunaan alat-alat desain yang canggih, seperti pengaturan teks, pengaturan ukuran, dan pengaturan transparansi, yang dapat membantu menciptakan desain yang lebih kompleks dan menarik [15].
4. Integrasi Canva dengan media sosial memungkinkan pengguna untuk mengintegrasikan desain pribadi mereka dengan akun media sosial, seperti Instagram dan Pinterest, untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas merek [16].

Dalam penggunaan Canva, penting untuk memahami cara menggunakan alat-alat desain yang tersedia dan menggali potensi kreatif yang lebih luas. Dengan memahami fitur-fitur Canva yang ditawarkan dan menggunakannya secara efektif, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan menarik lebih banyak konsumen.

### 3.3. Keberlanjutan Penggunaan

Meskipun informan tetap konsisten dalam menggunakan Canva, terdapat kelompok kecil yang menyatakan niat untuk mengurangi atau bahkan menghentikan penggunaan dalam jangka panjang. Untuk memahami lebih lanjut, diperlukan keterlibatan lebih mendalam dengan kelompok ini guna mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka. Mungkin ada tantangan spesifik yang dihadapi oleh kelompok ini atau perubahan strategis dalam bisnis mereka yang memengaruhi persepsi terhadap kebutuhan akan Canva.

Melibatkan kelompok ini dalam diskusi lebih lanjut dapat memberikan wawasan yang berharga terkait dengan area di mana Canva dapat ditingkatkan atau disesuaikan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Ini juga dapat menjadi kesempatan untuk menawarkan bantuan atau solusi yang dapat menjembatani kesenjangan atau mengatasi hambatan yang mungkin mereka alami dalam penggunaan Canva. Pentingnya memahami sudut pandang dan pengalaman kelompok yang mungkin memiliki niat mengurangi penggunaan Canva ini akan membantu dalam pengembangan berkelanjutan aplikasi, memastikan bahwa perubahan atau peningkatan yang dibuat dapat mendukung berbagai kebutuhan dan skenario pengguna.



Dari hasil penelitian, beberapa informan merasa cukup kesulitan, akan tetapi melakukan penggunaan Canva terus-menerus dengan memahami penggunaan aplikasi lebih dalam. Berikut beberapa hal yang menjadi tantangan dan mendukung keberlanjutan penggunaan untuk dapat dipelajari secara kontiniu:

#### *Tantangan Teknis*

Informan mengalami tantangan teknis dalam menggunakan Canva, seperti kesulitan menguasai fitur-fitur tertentu, keterbatasan dalam mencapai hasil yang diinginkan, atau mungkin perasaan kurang nyaman dengan antarmuka pengguna. Hal ini juga diungkapkan Imron et al., (2022) yang menyatakan bahwa beberapa pelaku UMKM mengalami tantangan teknis dalam menggunakan Canva, seperti kesulitan menguasai fitur-fitur tertentu atau keterbatasan dalam mencapai hasil yang diinginkan. [17] Maka dari itu diperlukan pemakaian berlanjut dan penggunaan yang terus menerus untuk memahami hal tersebut secara signifikan.

#### *Ketidakpuasan dengan Hasil Desain*

Informan mungkin merasa bahwa hasil desain yang dihasilkan oleh Canva tidak lagi memenuhi harapan mereka atau tidak memberikan nilai tambah yang cukup signifikan dalam upaya pemasaran atau branding. Menurut Imron et al. (2022) Canva juga tidak lagi memenuhi harapan mereka atau tidak memberikan nilai tambah yang cukup signifikan dalam upaya pemasaran atau branding. [17]

#### *Keterbatasan Kreativitas*

Informan mungkin merasa bahwa Canva memiliki keterbatasan dalam mendukung kreativitas atau ide-ide inovatif yang ingin mereka tuangkan dalam desain mereka. Canva memiliki keterbatasan dalam mendukung kreativitas atau ide-ide inovatif yang ingin mereka tuangkan dalam desain mereka [17]. Hal ini juga dapat terkait dengan adopsi teknologi baru atau perubahan fokus dalam branding atau pemasaran [18].

Dari pembahasan, terlihat bahwa evaluasi berkelanjutan dan perbaikan adalah elemen kunci dalam mengoptimalkan penggunaan Canva di kalangan UMKM. Ini tidak hanya mencakup pemahaman yang lebih baik tentang platform ini tetapi juga penyesuaian strategi pemasaran dan desain berdasarkan hasil penggunaan Canva.

#### 1. Memperhatikan Tren Desain dan Industri

Mengikuti tren terbaru dalam desain dan industri untuk memastikan Canva tetap relevan. Dengan memahami perubahan tren, UMKM dapat mengintegrasikan elemen-elemen desain yang lebih modern dan menarik. Menurut Marwadi, (2022) penting untuk mengikuti tren industri terbaru untuk memastikan desain tetap relevan dan efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan membaca publikasi industri, mengikuti konferensi, atau berpartisipasi dalam forum industri. [19]

#### 2. Adopsi Fitur Baru

Mengevaluasi fitur-fitur baru yang diperkenalkan oleh Canva dan memastikan bahwa UMKM tahu cara memanfaatkannya. Hal ini dapat mencakup integrasi dengan alat pihak ketiga atau peningkatan dalam alat desain yang ada.

#### 3. Penyesuaian Strategi Pemasaran

Menggunakan data hasil evaluasi untuk penyesuaian strategi pemasaran. Misalnya, jika desain tertentu lebih efektif, strategi pemasaran dapat disesuaikan untuk lebih menekankan pada aspek tersebut

#### 4. Peningkatan Kreativitas

Mendorong pengguna Canva untuk meningkatkan kreativitas mereka. Ini dapat dilakukan melalui tantangan desain internal, panduan inspiratif, atau bahkan kontes desain yang melibatkan komunitas UMKM.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menggunakan aplikasi Canva, dapat disimpulkan bahwa Canva memiliki dampak positif yang signifikan pada berbagai aspek bisnis mereka di era digital. Adopsi Canva dalam aktivitas bisnis UMKM, terutama dalam pembuatan materi pemasaran dan branding, terbukti memberikan hasil yang memuaskan. Adapun hal-hal yang diperlukan UMKM menggunakan Canva dalam meningkatkan daya saingnya, antara lain:

1. Pemanfaatan Canva sebagai e-Katalog membantu UMKM menciptakan e-Katalog menarik dan informatif, mempermudah konsumen dalam berbelanja, dan meningkatkan daya tarik produk.
2. Canva membuka peluang bagi UMKM untuk melangkah ke platform digital, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan secara signifikan.



3. Pemanfaatan Canva meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin terhubung. Dengan menciptakan desain visual profesional, UMKM dapat membedakan produk, meningkatkan daya tarik konsumen, dan membentuk identitas merek yang kuat.
4. Meskipun sebagian informan merasa berhasil meningkatkan efektivitas desain, terdapat dorongan untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang fitur-fitur yang ditawarkan oleh Canva. Penggunaan fitur-fitur seperti template, elemen desain, dan alat desain canggih dapat membantu UMKM menciptakan desain yang lebih kompleks dan menarik.
5. Terdapat tantangan teknis, ketidakpuasan dengan hasil desain, dan keterbatasan kreativitas sebagai hambatan keberlanjutan penggunaan Canva. Oleh karena itu, evaluasi berkelanjutan, adopsi fitur baru, penyesuaian strategi pemasaran, dan peningkatan kreativitas menjadi kunci untuk mengoptimalkan manfaat Canva bagi pertumbuhan UMKM.

#### REFERENASI

- [1] A. U. Syukri and A. N. Sunrawali, "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *KINERJA: Journal Economics and Management*, vol. 19, no. 1, pp. 170–182, Mar. 2022, doi: 10.30872/jkin.v19i1.10207.
- [2] A. Adriansyah, H. Nurhuda, and U. N. Fauziyah, "Optimizing the Role of Digital Marketing as a Promotional Media for MSMEs in Tajungan Village," vol. 1, no. 1, pp. 28–36, 2022.
- [3] S. T. Sunarto and P. B. Setiadi, "Utilizing Canva Application Training to Improve Skills and Product Sales in Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) East Java," *ijjm*, vol. 4, no. 1, pp. 37–46, Jan. 2023, doi: 10.52728/ijjm.v4i1.633.
- [4] G. Larasati and I. S. Roidah, "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Konten Gambar Sebagai Upaya Promosi Produk UMKM Di Media Sosial," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat KARYA*, vol. 3, no. 1, pp. 17–23, 2023.
- [5] M. Alfandi, M. F. Ribie, M. L. Fitria, M. T. Wahyuni, M. A. Zakaria, and I. Hidayah, "Pemanfaatan Canva Sebagai e-Katalog Dalam Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital," vol. 1, no. 3, 2023.
- [6] K. R. K. Dewi, N. N. P. Harini, and P. A. Ananta, "Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital," *PROSPEK 2*, pp. 298–302, 2023.
- [7] R. Hernando, D. Hastuti, and N. Sukmawati, "Home industry development through digital marketing with canva application optimization," *Jurnal Paradigma Ekonomika*, vol. 17, no. 3, pp. 603–616, 2022.
- [8] J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*,. Cet. 1; Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- [9] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- [10] U. Sidiq and Moh. M. Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Cet. 1; Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- [11] C. Astina, "Peningkatan UMKM Bidang Pemasaran dan Perekonomian melalui Pemanfaatan Aplikasi Canva," *sorot*, vol. 1, no. 2, pp. 1–6, Jul. 2022, doi: 10.32699/sorot.v1i2.2626.
- [12] Linda Wijayanti, R. Sukwadi, W. Prasetya, and W. A. Azels, "PELATIHAN MEMBUAT DESAIN IKLAN DIGITAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI UMKM BINAAN ASPPUK," *JBMI*, vol. 5, no. 1, pp. 107–125, Aug. 2022, doi: 10.24912/jbmi.v5i2.18245.
- [13] E. Putriani, I. Arifin, and Irfan, "Perancangan Visual Kemasan Produk Pada Umkm Tengpe Makassar," *Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 2022.
- [14] G. A. D. Anggriawan, "Perancangan Brand dan Media Promosi UMKM Tahu Walik Sidoarjo di For U Agency," Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika, Surabaya, 2023.
- [15] S. R. Cholil, V. Vydia, and A. Hendrawan, "Peningkatan Kemampuan Membuat Desain Promosi Produk Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Propinsi Jawa Tengah," *Jurnal Tematik*, vol. 4, no. 1, 2022.
- [16] F. D. Anggraeni, I. Hardjanto, and A. Hayat, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal," *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, vol. 1, no. 6, pp. 1286–1295, 2021.
- [17] I. Imron, D. Ong, and A. Andriansah, "Analisa Pengaruh Iklan Dari Aplikasi Design Canva Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm," *jtir*, vol. 17, no. 2, p. 1, Jul. 2022, doi: 10.35842/jtir.v17i2.452.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1448

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [18] paperblog, “Wawancara Coach Faransyah Jaya – Kiat-Kiat Mengembangkan UMKM.” [Online]. Available: <https://www.paper.id/blog/bisnis/wawancara-coach-faransyah-jaya-kiat-kiat-mengembangkan-umkm/>
- [19] N. Marwadi, “Pemanfaatan Aplikasi Canva Pada Pembelajaran Menyusun Teks Iklan Kelas XII DKV 2 SMKN 13 SURABAYA,” *BAPALA*, vol. 9, no. 8, pp. 198–207, 2022.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1448

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).